

**УДК 650.18**

**Агамамедов Д.Б.** студент Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»;

**Романчик Т.В.**, доцент кафедри економіки та маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», кандидат економічних наук, доцент

## **СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА**

Проблемою першочергової важливості для будь-якого підприємства, що діє в умовах ринку, є проблема виживання та забезпечення безперервності розвитку. Залежно від складних умов й обставин ця проблема вирішується різними підприємствами по-своєму, але в основі її лежить складна й трудомістка робота зі створення й реалізації конкурентних переваг.

Категорія „конкурентні переваги” була введена в науковий обіг М.Є.Портером. Він характеризує конкурентні переваги як „продуктивність використання ресурсів”.

Конкурентні переваги - це такі характеристики, властивості товару, які створюють для підприємства певні переваги над конкурентами, а для споживача – оптимальне сполучення споживчих характеристик товару.

Умовою придбання товару є відповідність цих характеристик незадоволеної потребі споживача. У процесі покупки покупець здійснює вибір товару, встановлює відмітні ознаки, що характеризують конкурентну перевагу даного товару над аналогічними за значенням товарами конкурентів, що перебувають на ринку.

Перевага оцінюється в порівнянні, тому вона є відносною характеристикою й обумовлюється різними факторами, які створюють дві групи: зовнішня й внутрішня конкурентна перевага.

Зовнішня конкурентна перевага відбиває "ринкову силу" товару, що обумовлює його перевагу перед товарами конкурентів і задоволення очікувань покупців. Внутрішня конкурентна перевага базується на перевазі відносно витрат виробництва, на більш високій продуктивності, що забезпечує собівартість товару нижче, ніж у конкурентів. Наприклад, С.В. Ємельянов пропонує оцінювати наступні конкурентні переваги товаровиробників:

- ресурсні переваги (сприятливий податковий режим, вигідне місце розташування, доступність природних ресурсів та ін.);
- технологічні переваги (використання технологій масового виробництва);
- інноваційні переваги;
- глобальні переваги;
- культурні переваги.

Головними напрямками забезпечення конкурентної переваги на ринку є: концентрація ресурсів компанії з метою попередження дій конкурентів, утримання ініціативи в конкурентній боротьбі, підтримка ресурсного потенціалу для досягнення поставлених цілей, розробка гнучкої системи планування діяльності компанії на ринку шляхом ефективної стратегії взаємодії з конкурентами.

Конкурентні переваги визначаються набором характеристик, властивостей товарів та послуг, які створюють певні переваги над конкурентами. Ці переваги можна поділити на економічні, технічні, нормативні та організаційні. Отже, конкурентними перевагами підприємства можна вважати сукупність комбінацій наявних у нього ресурсів та способів їх використання, які забезпечують розширення можливостей виробництва і реалізації продукції порівняно з конкурентами.